

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Донецкий государственный университет»

Экономический факультет  
Кафедра маркетинга и логистики

УТВЕРЖДАЮ  
проректор

\_\_\_\_\_ П. А. Машаров  
«17» апреля 2025 г.  
МП

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ И ЭЛЕКТРОННАЯ**  
**КОММЕРЦИЯ»**

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление
Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) образовательной программы	Менеджмент
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная, очно-заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2025

Рабочая программа дисциплины **«Цифровые технологии в управлении и электронная коммерция»** для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль: Менеджмент), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 970 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2025 года.

Разработчик:

доцент кафедры маркетинга и логистики  
канд. экон. наук, доц.

Н. Е. Чижова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики  
Протокол от 14.04.2025 г. № 9

Заведующий кафедрой

Т. В. Ибрагимхалилова

СОГЛАСОВАНО:

Декан экономического факультета  
16.04.2025 г.

Ю. Н. Полшков

Учебно-методическая комиссия экономического факультета  
Протокол от 16.04.2025 г. № 8  
Председатель

Е. Н. Стрелина

Руководитель основной образовательной  
программы:

д-р экон. наук, доц.  
14.04.2025 г.

Т. В. Ибрагимхалилова

## 1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

**1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:**

дисциплины программы бакалавриата: «Информационные технологии и инструменты программирования», «Системы искусственного интеллекта», «Менеджмент», «Основы бизнеса», «Бизнес-планирование», «Маркетинг», «Управление конкурентоспособностью», «Антикризисный менеджмент», «Бихевиористический менеджмент», «Инфраструктура отраслевых рынков», «Исследование и анализ рынка», «Финансовый менеджмент».

**1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:**

«Маркетинговые стратегии в управлении», «Продакт-менеджмент и брендинг», «Управление цифровой трансформацией», «Основы управления качеством», «Стратегический менеджмент», «Социальное предпринимательство»; производственная практика: преддипломная; выпускная квалификационная работа.

## 2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	38.03.02 Менеджмент (Профиль: Менеджмент)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОД.21 «Цифровые технологии в управлении и электронная коммерция»
Часть образовательной программы	Вариативная часть по выбору студента
Количество зачетных единиц / всего часов	3,5 / 126

### 2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	4	7	34	17	34	95	180	экзамен
Очно-заочная	4	7	10	6	10	154	180	экзамен

## 3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование специалистов, способных самостоятельно решать вопросы повышения эффективности бизнес-процессов, улучшения коммуникации с клиентами, оптимизация работы сотрудников, а также создание конкурентных преимуществ на рынке.

#### 4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

##### 4.1. Компетенции

*Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности:*

ПК-2. Способен управлять маркетинговой деятельностью на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях

##### Индикаторы компетенций

Профессиональные компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-2. Способен управлять маркетинговой деятельностью на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях	ПК-2. И. -1. Разрабатывает и внедряет средства информационной поддержки управления	ПК-2.1.1 <i>Знает</i> закономерности развития современного общества, ключевые тренды развития технологий, новую модель навыков
		ПК-2.1.2 <i>Знает</i> возможности, особенности функционирования современных компьютерных и мультимедиа технологий, облачных и мобильных технологий
		ПК-2.1.3 <i>Знает</i> особенности интернет-технологий, возможности их использования для организации межличностного, профессионального и межкультурного взаимодействия;
		ПК-2.1.4 <i>Знает</i> возможности, особенности технологий машинного обучения и искусственного интеллекта, прикладные задачи, решаемые с их использованием
		ПК-2.1.5 <i>Умеет</i> анализировать и решать проблемные ситуации на основе эффективного поиска информации в сети Интернет
		ПК-2.1.6 <i>Умеет</i> владеть навыками анализа и решения проблемных ситуаций на основе эффективного поиска информации в сети Интернет
		ПК-2.1.7 <i>Умеет</i> решать задачи будущей профессиональной деятельности с использованием информационно-коммуникационных (в том числе сквозных цифровых) технологий
		ПК-2.1.8 <i>Умеет</i> соблюдать правила цифровой этики и этикета

#### 5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Темы	Краткое содержание темы
<b>Раздел 1. Цифровые технологии в управлении</b>	
Тема 1. Основы цифровых технологий	1. Введение в цифровые технологии 2. История развития цифровых технологий 3. Основные понятия и термины в области цифровых технологий

Тема 2. Информационные системы в управлении	1. Роль информационных систем в современном управлении 2. Типы информационных систем (CRM, ERP, BI и др.) 3. Принципы проектирования информационных систем
Тема 3. Биг-дата и аналитика данных	1. Основы биг-дата и аналитики данных 2. Инструменты и методы обработки и анализа данных 3. Применение данных для принятия бизнес-решений
Тема 4. Цифровая безопасность	1. Угрозы цифровой безопасности 2. Методы защиты данных и информационных систем 3. Поддержание безопасности в цифровой среде
Тема 5. Инновации и цифровые технологии	1. Роль инноваций в современном управлении 2. Технологические инновации и их внедрение 3. Кейсы успешной реализации цифровых инноваций
<b>Раздел 2. Особенности электронной коммерции</b>	
Тема 6. Электронная коммерция	1. Сущность электронной коммерции 2. Виды электронной коммерции: B2B, B2C, B2G
Тема 7. Цифровой маркетинг	1. Основы цифрового маркетинга 2. Инструменты цифрового маркетинга (SEO, контент-маркетинг, социальные сети и др.) 3. Аналитика в цифровом маркетинге
Тема 8. Сущность интернет-магазина	1. Организация работы интернет – магазина 2. Исследование поведения потребителей в интернет-магазинах 3. Онлайн-торговля и ее виды 4. Платежные системы в электронной коммерции 5. Управление интернет-магазином
Тема 9. Интернет – реклама в деятельности предприятия	1. Особенности интернет - рекламы 2. Сущность и виды рекламных площадок 3. Типы рекламных интернет - сообщений 4. Особенности контекстной и баннерной рекламы в Интернете AIDA 5. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Форма обучения – очная, курс – 4, семестр – 7

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
<b>Раздел 1. Цифровые технологии в управлении</b>					
Тема 1. Основы цифровых технологий	4	2	4	10	20
Тема 2. Информационные системы в управлении	4	2	4	10	20
Тема 3. Биг-дата и аналитика данных	4	2	4	10	20
Тема 4. Цифровая безопасность	2	1	2	15	20
Тема 5. Инновации и цифровые технологии	4	2	4	10	20
<b>Итого по разделу 1</b>	<b>18</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>55</b>	<b>100</b>
<b>Раздел 2. Особенности электронной коммерции</b>					
Тема 6. Электронная коммерция	4	2	4	10	20
Тема 7. Цифровой маркетинг	4	2	4	10	20
Тема 8. Сущность интернет-магазина	4	2	4	10	20

Тема 9. Интернет – реклама в деятельности предприятия	4	2	4	10	20
<b>Итого по разделу 2</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>40</b>	<b>80</b>
<b>Всего по компоненту ОПОП</b>	<b>34</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>95</b>	<b>180</b>

## 6.2. Форма обучения – очно-заочная, курс – 4, семестр – 7

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
<b>Раздел 1. Цифровые технологии в управлении</b>					
Тема 1. Основы цифровых технологий	1	1	1	17	20
Тема 2. Информационные системы в управлении	2	1	2	15	20
Тема 3. Биг-дата и аналитика данных	1	1	1	17	20
Тема 4. Цифровая безопасность	1	-	1	18	20
Тема 5. Инновации и цифровые технологии	1	-	1	18	20
<b>Итого по разделу 1</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>85</b>	<b>100</b>
<b>Раздел 2. Особенности электронной коммерции</b>					
Тема 6. Электронная коммерция	1	1	1	17	20
Тема 7. Цифровой маркетинг	1	1	1	17	20
Тема 8. Сущность интернет-магазина	1	-	1	18	20
Тема 9. Интернет – реклама в деятельности предприятия	1	1	1	17	20
<b>Итого по разделу 2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>69</b>	<b>80</b>
<b>Всего по компоненту ОПОП</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>154</b>	<b>180</b>

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 7.1. Контрольные вопросы

#### РАЗДЕЛ 1. ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ

1. Введение в цифровые технологии
2. История развития цифровых технологий
3. Основные понятия и термины в области цифровых технологий Основные классификационные признаки потребительских товаров и услуг и продукции производственного назначения.
4. Роль информационных систем в современном управлении
5. Типы информационных систем (CRM, ERP, BI и др.)
6. Принципы проектирования информационных систем
7. Основы биг-дата и аналитики данных
8. Инструменты и методы обработки и анализа данных
9. Применение данных для принятия бизнес-решений
10. Угрозы цифровой безопасности
11. Методы защиты данных и информационных систем
12. Поддержание безопасности в цифровой среде
13. Роль инноваций в современном управлении
14. Технологические инновации и их внедрение
15. Кейсы успешной реализации цифровых инноваций

#### РАЗДЕЛ 2. ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

1. Понятие электронной коммерции. Составляющие и направления развития электронной коммерции.
2. Этапы создания системы электронной коммерции. Участники торгового процесса. Особенности организационного процесса.
3. Структура и основные функции электронных магазинов.
4. Разработка, размещение и поддержка сайта интернет-магазина.
5. Формы и методы проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.
6. Классификация электронных магазинов. Количественная и качественная оценка электронного магазина.
7. Особенности коммерческой деятельности в сетях.
8. Средства и системы платежей.
9. Электронная валюта.
10. Электронные аукционы. Бизнес-модель аукциона.
11. Виды интернет-магазинов. Преимущества и недостатки интернет – магазинов.
12. Специфика функционирования интернет-магазинов. Связь логистики и интернет-маркетинга.
13. Сущность электронной коммерции.
14. Виды электронной коммерции: B2B, B2C, B2G.
15. Организация работы интернет – магазина.
16. Исследование поведения потребителей в интернет – магазинах.
17. Перспективы развития интернет-маркетинга, информационных технологий, маркетинговых инструментов в Интернете.
18. Понятие SEO, его история и развитие
19. Методы SEO-оптимизации.
20. Работа с внутренней оптимизацией.
21. Внешнее окружение и его значение для сайта.
22. Динамика развития внутреннего и внешнего окружения.
23. Оценка эффективности продвижения в системах контекстной рекламы.
24. Оценка эффективности баннерной рекламы.
25. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет.

## **7.2. Темы докладов (рефератов)**

Не предусмотрены программой дисциплины

## **7.3. Темы письменных работ (типы задач)**

Модульная контрольная работа проводится в виде письменной контрольной работы. Время выполнения – 60 минут. Пример модульной контрольной работы приведен ниже.

### **I. Теоретические вопросы:**

1. Инструменты и методы обработки и анализа данных.
2. Организация работы интернет – магазина.

### **II. Тестовые вопросы:**

1. Наблюдение в Интернете за посетителями сайта позволяет:
  - а) лишь собрать статистическую информацию о поведении посетителей на сайте и их предпочтениях;
  - б) лишь выявить степень заинтересованности посетителей в содержимом сайта;
  - в) собрать статистическую информацию о поведении посетителей на сайте и их

предпочтениях и выявить степень заинтересованности посетителей в содержимом сайта.

2. К основным методам стимулирования продаж в Интернет можно отнести:

- а) скидки, подарки, конкурсы, лотереи;
- б) поиск, анализ, выбор;
- в) тестирование.

3. Провайдерами Интернет-услуг называют компании, которые:

- а) обеспечивают пользователям доступ в Интернет;
- б) занимаются прокладкой телефонных линий;
- в) предоставляют услуги спутниковой связи.

4. К основным особенностям интернет - рекламы относятся:

- а) анализ статистической информации;
- б) интерактивность, активность пользователей, регистрируемость;
- в) креативность.

5. Наиболее действенный инструмент Интернет-маркетинга - это:

- а) ценообразование;
- б) интернет-реклама;
- в) электронная почтовая рассылка.

6. Дайте определение. Веб-сайт – это...

- а) объединённая в компьютерной сети под одним адресом совокупность документов частного лица или организации;
- б) это ресурс, который состоит из одной или нескольких веб-страниц с гипертекстовым, текстовым и другими типами содержания;
- в) документ, имеющий свой конкретный адрес в сети, в котором может содержаться информация;
- г) все ответы верны.

7. Выберите НЕ верный ответ. По классификации доступности сервисов веб-сайты бывают:

- а) открытыми;
- б) полукрытыми;
- в) закрытыми;
- г) закрытыми.

8. Выберите НЕ верный вариант. По природе содержимого веб-сайты бывают:

- а) статические;
- б) динамические;
- в) смешанными.

9. Сайт - визитка – это:

- а) вебсайт с каталогом продукции, с помощью которого клиент может заказать нужные ему товары;
- б) содержит самые общие данные о владельце сайта;
- в) вид деятельности, история, прайс-лист, контактные данные, реквизиты и прочее;
- г) вебсайт, предоставляющий специфическую узкотематическую информацию о какой-либо теме.



10. Установите в правильной последовательности этапы принятия решения о создании сайта:

- а) разработка сайта;
- б) поиск информации (Анализ рынка);
- в) осознание необходимости;
- г) оценка результатов;
- д) анализ информации и выбор исполнителя.

#### Критерии оценивания модульной контрольной работы

Номер задания	Количество баллов
1.	10
2.	10
<b>Всего</b>	<b>20</b>

#### 7.4. Образец содержания экзаменационного билета (при наличии экзамена по дисциплине)

Донецкий государственный университет  
Экономический факультет  
Кафедра маркетинга и логистики

Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки	Менеджмент
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Семестр	Седьмой, восьмой
Дисциплина	Цифровые технологии в управлении и электронная коммерция

#### Билет № n

##### **1. Теоретическое задание.**

1. Понятие SEO, его история и развитие
2. Особенности контекстной и баннерной рекламы в Интернете. Преимущества и недостатки контекстной рекламы.

##### **2. Практическое задание:**

1. Сетевой протокол:
  - а) правила передачи данных в сети;
  - б) правила работы пользователей сети;
  - в) отчет о сетевой активности компьютеров;
  - г) отчет о сетевой активности компьютеров сети.
2. Протокол маршрутизации (IP) обеспечивает:
  - а) разбиение файлов на IP-пакеты в процессе передачи и сборку файлов в процессе получения;
  - б) прием, передачу и выдачу одного сеанса связи;
  - в) интерпретацию данных и подготовку их для пользовательского уровня;
  - г) доставку информации от компьютера-отправителя к компьютеру-получателю.

3. Систему обмена информацией по заданной теме между абонентами компьютерной сети называют:

- а) электронной почтой;
- б) телеконференцией;
- в) интернет – телефонией;
- г) поисковой системой.

4. Программа просмотра гипертекстовых страниц www:

- а) браузер;
- б) протокол;
- в) сервер;
- HTML.

5. Обмен информацией между компьютерными сетями, в которых действуют разные стандарты представления информации (сетевые протоколы), осуществляется с использованием:

- а) хост-компьютеров;
- б) электронной почты;
- в) шлюзов;
- г) файл-серверов.

6. Служба FTP в Интернете предназначена (один ответ):

- а) для создания, приема и передачи Web –страниц;
- б) для обеспечения работы телеконференций;
- в) для обеспечения функционирования электронной почты;
- г) для приема и передачи файлов любого формата
- д) для удаленного управления техническими системами.

7. Параллельный интерфейс - совокупность аппаратных и программных средств для (один ответ):

- а) передачи информации, при которой все разряды двоичного кода транслируются одновременно;
- б) передачи информации, при которой все разряды двоичного кода транслируются последовательно друг за другом;
- в) сопряжения в вычислительной устройств и программ;
- г) трансляции программ в двоичный код с языка высокого уровня;
- д) диалогового взаимодействия во многих окнах.

8. Web-страницы имеют расширение (один ответ):

- а) htm;
- б) tht;
- в) web;
- г) exe;
- д) www.

9. Отличительной чертой Web -документа является (один ответ):

- а) отсутствие строго определенного формата;
- б) то, что его тиражирование осуществляется составителем документа;
- в) наличие в нем гипертекстовых ссылок;
- г) отсутствие в нем иллюстраций;

д) его компактность.

10. Web -браузеры - это средства, предназначенные для (один ответ):

- а) получения электронной почты;
- б) создания web – страниц;
- в) просмотра web –страниц;
- г) отправки электронной почты.

11. Под интернет - рекламой понимается:

- а) любая оплачиваемая форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг посредством Интернет;
- б) электронная почтовая рассылка;
- в) интернет-новости.

12. Одним из популярных видов интернет - рекламы является:

- а) реклама с использованием электронной почты;
- б) баннерная реклама;
- в) контекстная реклама.

13. Один из главных критериев выбора рекламной площадки для рекламодателя - это:

- а) стоимость рекламы;
- б) анализ результатов;
- в) удобство.

14. Один из эффективных инструментов интернет - рекламы - это:

- а) спам;
- б) поисковые системы;
- в) рекламные вставки и мини-сайты.

15. К основным особенностям интернет - рекламы относятся:

- а) анализ статистической информации;
- б) интерактивность, активность пользователей, регистрируемость;
- в) креативность.

16. Модель B2C ориентирована:

- а) только на физические лица;
- б) только на юридические лица;
- в) на юридические и физические лица в равной мере.

17. Наиболее действенный инструмент Интернет - маркетинга — это:

- а) ценообразование;
- б) интернет-реклама;
- в) электронная почтовая рассылка.

18. Для проведения эффективной рекламной компании необходимо определить:

- а) цели и задачи;
- б) оценку эффективности;
- в) полноту информации.

19. Что такое контекстная реклама:

- а) вид рекламы, которая показывается с учетом интересов пользователя;
- б) вид рекламы, осуществляемый в соответствии с единой целью и концепцией;
- в) размещение текстово - графических рекламных материалов на сайтах, представляющих собой рекламную площадку;
- г) вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественноповедения.

20. Сайт - это:

- а) программа, предназначенная для просмотра опубликованных в Интернете веб-страниц;
- б) программа, установленная на компьютере, подключенном к высокоскоростной магистрали Интернет;
- в) интегрированная часть сервера, посвященная какой-либо одной тематике.

#### Критерии оценивания экзаменационного задания

Номер задания	Количество баллов
1.	20
2.	20
Всего	<b>40</b>

### 8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

Разделы	Вид работы	Баллы
Раздел 1	Организационно-учебная работа студента в	10
	Самостоятельная работа	10
	Модульная контрольная работа	20
	<b>Итого</b>	<b>40</b>
Раздел 2	Организационно-учебная работа студента в	10
	Самостоятельная работа	10
	<b>Итого</b>	<b>20</b>
<b>Экзамен</b>		<b>40</b>
<b>Общий итог</b>		<b>100</b>

#### Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено

70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 7-м и 5-м корпусах ДонГУ (г. Донецк, ул. Челюскинцев, 186; 1896). Для проведения лекционных, практических и лабораторных занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя, выход в Интернет – проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методическом кабинете 7-го корпуса (ауд.103).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

## 10. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 10.1. Основная литература

1. Гаврилов, Л. П. Цифровой бизнес : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17869-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545098>

21. Информационные технологии в менеджменте (управлении) : учебник и практикум для вузов / Ю. Д. Романова [и др.] ; под редакцией Ю. Д. Романовой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 467 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17037-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535966>

3. Щеголева, Н. Г. Технологии и финансовые инновации : учебник для вузов / Н. Г. Щеголева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 81 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16353-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544459>

4. Сулейманов, М. Д. Цифровая грамотность : учебник / М. Д. Сулейманов, Н. С. Бардыго. — Москва : Креативная экономика, 2019. — 324 с. — ISBN 978-5-91292-273-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/88548.html>

### 10.2. Дополнительная литература

1. Зараменских, Е. П. Основы бизнес-информатики: учебник и практикум для вузов / Е. П. Зараменских. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 470 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15039-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536967>

2. Белаш, В. Ю. Информационно-коммуникационные технологии : учебно-методическое пособие / В. Ю. Белаш, А. А. Салдаева. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 72 с. — ISBN 978-5-4497-1390-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111181.html>
3. Клашанов, Ф. К. Вычислительные системы и сети, облачные технологии: учебно-методическое пособие / Ф. К. Клашанов. — Москва : МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ, 2020. — 40 с. — ISBN 978-5-7264-2187-2. — Текст : электронный // Электроннобиблиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101788.html>
4. Ковалев, Д. В. Цифровая экономика : учебник / Д. В. Ковалев, Е. В. Маслюкова, А. Ю. Никитаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2022. — 190 с. — ISBN 978-5-9275-3988-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/123934.html>
5. Медиаинформационная грамотность и современное информационное пространство : учебное пособие / Т. К. Смыковская, Н. В. Лобанова, Ю. А. Машевская [и др.]. — Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2020. — 184 с. — ISBN 978-5-9935-0421-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/103039.html>
6. Ревнивых, А. В. Информационная безопасность в организациях: учебное пособие / А. В. Ревнивых. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 83 с. — ISBN 978-5-4497-1164-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108227.html>
7. Авдошин, С. М. Технологии и продукты Microsoft в обеспечении информационной безопасности : учебное пособие / С. М. Авдошин, А. А. Савельева, В. А. Сердюк. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 431 с. — ISBN 978-5-4497-0935-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102070.html>
8. Технологии защиты информации в компьютерных сетях : учебное пособие / Н. А. Руденков, А. В. Пролетарский, Е. В. Смирнова, А. М. Суоров. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 368 с. — ISBN 978-5-4497-0931-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102069.html>
9. Халеева, Е. П. Информационные технологии : практикум / Е. П. Халеева, И. В. Родыгина, Я. Д. Лейзерович. — Саратов : Вузовское образование, 2020. — 158 с. — ISBN 978-5-4487-0704-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/94206.html>
10. Кудрявцева, Л. Г. Информационные технологии : практикум / Л. Г. Кудрявцева, Р. В. Самолетов. — Саратов : Вузовское образование, 2020. — 80 с. — ISBN 978-5-4487-0729-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/97631.html>
11. Акатова, Н. А. Информационные технологии в офисной деятельности: учебно-методическое пособие / Н. А. Акатова, О. И. Варгасова. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2020. — 236 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106714.html>

## 11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ): федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. — Москва, 2019- . — URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). —

Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения.  
– Текст: электронный.

2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. ЭБС Юрайт: электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. Электронно-библиотечная система ДонГУ: сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. Электронный каталог Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. Электронный архив ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

## 12. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).